SKRIPSI

Upaya Korea Selatan Untuk Meningkatkan Jumlah Wisatawan Indonesia Melalui Kebijakan *Muslim Friendly Tourism* Tahun 2018-2019

Program Studi Hubungan Internasional

Kajian Politik Global

Oleh

Meilia Yasmin Harsyiana Zetty

E1112211001

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS TANJUNGPURA

PONTIANAK

2025

SKRIPSI

Upaya Korea Selatan Untuk Meningkatkan Jumlah Wisatawan Indonesia Melalui Kebijakan *Muslim Friendly Tourism* Tahun 2018-2019

Untuk Memenuhi Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana

Program Studi Hubungan Internasional

Kajian Politik Global

Oleh

Meilia Yasmin Harsyiana Zetty

E1112211001

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS TANJUNGPURA

PONTIANAK

2025

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

UPAYA KOREA SELATAN UNTUK MENINGKATKAN JUMLAH WISATAWAN INDONESIA MELALUI KEBIJAKAN *MUSLIM FRIENDLY TOURISM* TAHUN 2018-2019

Tanggung Jawab Yuridis Pada:

Meilia Yasmin Harsyiana Zetty

NIM. E1112211001

Disetujui Oleh:

Dosen Pembimbing Utama

Dewi Suratiningsih, S.IP,M. A
NIP. 198609142019032005

Tanggal: 11 Juli 2025

Dosen Pembimbing Pendamping

Hardi Alunaza S.D., S.IP., M.HI.
NIP. 199012082023211020

Tanggal: 10 Juni 2025

HALAMAN PENGESAHAN

UPAYA KOREA SELATAN UNTUK MENINGKATKAN JUMLAH WISATAWAN INDONESIA MELALUI KEBIJAKAN MUSLIM FRIENDLY TOURISM TAHUN 2018-2019

Oleh :

Meilia Yasmin Harsyiana Zetty

NIM. E1112211001

Dipertahankan di : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Pada Hari/Tanggal : Jumat, 25 Juli 2025
Waktu : 13.00-15.30 WIB
Tempat : Ruang Sidang 5

Tim Penguji

Ketua	Sekertaris
Dewi Suratiningsih, S.IP, MA	Hardi Alunaza S.D., S.IP., M.HI
NIP. 198609142019032005	NIP. 199012082023211020
Penguji Utama	**Penguji Pendamping**
Adibrata Iriansyah, SIP., MA	Azzomarayosra Wicaksono S.IP., M.HI
NIP. 199212172020121008	NIP. 199302192023211013

Disahkan Oleh:
Dekan FISIP Untan

Dr. Herlan, S. Sos., M.Si
NIP. 197205212006041001

ABSTRAK

Penelitian ini membahas upaya Korea Selatan dalam meningkatkan jumlah wisatawan Muslim asal Indonesia melalui kebijakan *Muslim Friendly Tourism* (MFT) pada tahun 2018-2019. Latar belakang penelitian ini dilandasi oleh meningkatnya tren pariwisata halal global dan minat wisatawan Indonesia terhadap budaya Korea, serta kebutuhan akan destinasi yang mendukung kebutuhan religius umat Muslim. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kebijakan dan upaya yang diterapkan Korea Selatan dalam membangun citra sebagai destinasi wisata ramah Muslim. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pengumpulan data dilakukan melalui studi kepustakaan dari berbagai sumber tervalidasi dan teknik wawancara. Teori *Nation Branding* oleh Simon Anholt digunakan sebagai landasan teoretis dengan fokus pada enam elemen *Competitive Identity*: pariwisata, budaya, ekspor, pemerintahan, masyarakat, dan investasi. Data dikumpulkan dari berbagai sumber sekunder, termasuk dokumen resmi, artikel jurnal, laporan lembaga pariwisata, wawancara dengan wisatawan Muslim Indonesia dan perwakilan organisasi Muslim di Korea Selatan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Korea Selatan telah melakukan berbagai upaya dalam mengembangkan pariwisata halal, seperti sertifikasi halal makanan, penyediaan tempat ibadah, pelatihan bagi pelaku industri pariwisata, dan promosi melalui *Korean Tourism Organization* (KTO). Namun, beberapa kendala masih ditemukan, seperti pemahaman masyarakat lokal yang masih terbatas dan infrastruktur yang belum merata. Penelitian ini merekomendasikan agar Korea Selatan memperkuat kolaborasi dengan negara-negara Muslim, memperluas edukasi publik mengenai pariwisata halal, dan meningkatkan fasilitas serta layanan untuk mendukung pengalaman wisatawan Muslim secara menyeluruh.

Kata Kunci: Pariwisata Halal, Indonesia, Korea Selatan, Wisata Ramah Muslim, Citra Bangsa.

ABSTRACT

This study examines South Korea's efforts in 2018 and 2019 to increase the number of Muslim visitors from Indonesia by implementing its Muslim-Friendly Tourism (MFT) policy. The expanding popularity of halal travel worldwide, Indonesian tourists' growing interest in Korean culture, and the demand for travel places that accommodate Muslims' religious requirements served as the study's backdrop. The purpose of this study is to examine the measures and initiatives taken by South Korea to enhance its reputation as a travel destination that is welcoming to Muslims. This study combined a descriptive approach with a qualitative strategy. Literature evaluations from a variety of verified sources, official records, journal articles, reports from travel agencies, and interviews with Muslim visitors from Indonesia and representatives of Muslim groups in South Korea were used to gather data. The theoretical framework was based on Simon Anholt's Nation Branding theory, which emphasizes the six components of competitive identity: investment, government, society, tourism, culture, and exports. According to the study's findings, South Korea has taken a number of steps to promote halal travel, including certifying halal food, offering places of worship, training from Indonesia and South Korean Muslim organizations, educating stakeholders in the travel industry, and promoting the sector through the Korean Tourism Organization. However, some challenges remain, such as the limited understanding of local communities and uneven infrastructure. This study recommends that South Korea strengthen collaboration with Muslim countries, expand public education on halal tourism, and improve facilities and services to support a comprehensive experience for Muslim tourists.

Keywords: Halal Tourism, Indonesia, South Korea, Muslim-Friendly Tourism, National Image

KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS TANJUNGPURA
UPA BAHASA

RINGKASAN SKRIPSI

Skripsi ini berjudul "Upaya Korea Selatan untuk Meningkatkan Jumlah Wisatawan Indonesia Melalui Kebijakan *Muslim Friendly Tourism* Tahun 2018-2019". Pemilihan judul penelitian ini didasari oleh meningkatnya minat wisatawan Muslim, khususnya dari Indonesia, terhadap destinasi wisata yang menyediakan layanan sesuai dengan prinsip-prinsip syariat Islam. Sebagai negara dengan mayoritas penduduk non-Muslim, Korea Selatan merespons perkembangan ini melalui penerapan kebijakan *Muslim Friendly Tourism* (MFT) sebagai upaya untuk menarik wisatawan Muslim Indonesia. Latar belakang ini turut dipengaruhi oleh pertumbuhan pesat industri pariwisata halal di tingkat global, pengaruh kuat fenomena *Korean Wave* di Indonesia, serta komitmen Korea Selatan dalam memperluas jangkauan pasar pariwisata ke negara-negara dengan populasi Muslim yang besar. Kebijakan MFT diposisikan sebagai instrumen penting dalam membentuk citra Korea Selatan sebagai destinasi yang inklusif dan ramah terhadap wisatawan Muslim, sekaligus merupakan upaya yang mengedepankan pendekatan *Competitive Identity*.

Rumusan masalah dalam skripsi ini yakni bagaimana upaya Korea Selatan untuk meningkatkan jumlah wisatawan Indonesia melalui kebijakan *Muslim Friendly Tourism* tahun 2018-2019. Tujuan adanya penelitian ini adalah untuk bagaimana upaya yang diambil oleh Korea Selatan guna menjadikan negaranya lebih ramah terhadap wisatawan Muslim, khususnya dari Indonesia dalam menerapkan kebijakan *Muslim Friendly Tourism* terhadap pariwisata halal Korea pada periode 2018 hingga 2019.

Manfaat teoritis dari penelitian ini, yaitu untuk memberikan kontribusi pada pengembangan kajian dalam bidang hubungan internasional dan *Competitive Identity*, terutama melalui pendekatan kebijakan pariwisata di negara non-Muslim yang menyasar wisatawan Muslim. Penelitian ini juga memperluas pemahaman atas teori *Competitive Identity* milik Simon Anholt, yang dalam konteks ini digunakan untuk melihat upaya promosi negara melalui enam elemen *Competitive Identity*. Adapun manfaat praktisnya adalah sebagai bahan evaluasi bagi pemerintah Korea Selatan dalam menyusun kebijakan pariwisata halal yang lebih strategis dan efektif kedepannya. Hasil penelitian ini juga dapat dijadikan referensi bagi negara lain yang ingin mengembangkan sektor wisata halal.

Penulis menggunakan teori *Competitive Identity* oleh Simon Anholt (2007), yang menjelaskan bagaimana sebuah negara membangun citra positif di mata dunia internasional melalui enam elemen *Competitive Identity*, yaitu: *tourism* (pariwisata), *culture and heritage* (budaya dan warisan), *exporting brands* (produk ekspor), *governance* (pemerintahan), *people* (masyarakat), dan *investment and immigration* (investasi dan imigrasi). Metodologi yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian ini mengandalkan teknik studi pustaka sebagai sumber data utama, serta didukung oleh wawancara dengan wisatawan Muslim Indonesia dan perwakilan organisasi Muslim di Korea Selatan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Korea Selatan telah melakukan sejumlah langkah konkret dalam implementasi kebijakan *Muslim Friendly Tourism*. Beberapa inisiatif penting di antaranya adalah pemberian sertifikasi halal pada

restoran, penyediaan tempat ibadah di lokasi wisata, pelatihan terhadap pelaku industri pariwisata agar memahami kebutuhan wisatawan Muslim, serta promosi aktif melalui platform digital. Selain itu, *Korean Tourism Organization* (KTO) memainkan peran besar dalam mengomunikasikan kebijakan ini kepada wisatawan Indonesia melalui berbagai kampanye digital dan pameran pariwisata bertema "*Muslim Friendly Korea*". *Branding* Korea Selatan melalui elemen budaya populer seperti *K-pop* dan *K-drama* ternyata turut berkontribusi dalam menarik minat wisatawan Muslim dari Indonesia.

Saran untuk penelitian ini adalah penting bagi pemerintah Korea Selatan untuk memperluas kerja sama bilateral dengan negara-negara Muslim, termasuk Indonesia, dalam bidang pelatihan, promosi bersama, dan investasi infrastruktur halal. Selain itu, dibutuhkan peningkatan edukasi publik melalui kampanye nasional tentang pentingnya pariwisata halal dan pengenalan budaya Islam. Serta, KTO dan lembaga terkait perlu memperkuat kebijakan sertifikasi halal dengan melibatkan komunitas Muslim lokal serta organisasi sertifikasi internasional yang diakui.

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Meilia Yasmin Harsyiana Zetty

Nomor Mahasiswa : E1112211001

Program Studi : Hubungan Internasional

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu perguruan tinggi, dan sepanjang sepengetahuan saya dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Potianak, 20 Juni 2025

Yang membuat pernyataan,



(Meilia Yasmin Harsyiana Zetty)

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

"Mimpi, kamu akan mekar sepenuhnya setelah semua kesulitan" (Suga BTS- *So Far Away*).

"Setiap orang memiliki cahaya dan bintangnya sendiri, keberadaan mu di dunia ini sangat berharga, jangan membandingkan dirimu dengan orang lain, karena kamu dapat bersinar dengan caramu sendiri" (MIKROKOSMOS- BTS)

Persembahan:

1. Teruntuk Bapak dan Mama yang telah merawat, dan memberikan segala sesuatu yang Alya inginkan. Terima kasih untuk Bapak dan Mama yang sudah memberikan perhatian dan kasih sayang yang besar kepada Alya. Terima kasih selalu memberikan semangat, doa, dukungan tiada henti untuk Alya mencapai cita-cita. Alya akan terus berusaha membuat kalian bahagia dan bangga.
2. Teruntuk keluarga besar saya yang telah memberikan dukungan, hiburan, doa, dan pengingat bagi penulis agar menyelesaikan skripsi ini.
3. Teruntuk diriku sendiri, kamu orang yang selalu *insecure*, *Overthinking you're always like to be alone*. Tapi kamu tau? Kamu itu hebat, sudah bisa bertahan sampai detik ini. Jangan pikirkan apa yang orang lain katakan. Kamu harus perlu berjalan, jangan banyak memikirkannya dan tetap terus berjalan. Maka kamu akan bangkit dengan sendirinya, yang terpenting bukanlah apa yang kita kejar, melainkan kita tidak melupakan dan melanjutkan apa yang telah kita lakukan sejauh ini.

4. Teruntuk teman-teman baik perkuliahan saya Demylilo Mooy, Rachel Dita Insania Sitorus, Joice Vionaleta Tlonaen, Lusia Agata, Jenyfer Fitriastuti, Septia Lestari, dan Fanya Mahavira Putri. Terima kasih telah menemani, menghibur, selalu *sharing*, selalu mendoakan selama perkuliahan dan pengerjaan skripsi ini. Terima kasih sudah menjadi tempat berdiskusi dan saling menguatkan. Semoga pertemanan kita tetap selalu terjaga.
5. Terima kasih kepada Kim Namjoon, Kim Seokjin, Min Yoongi, Jung Hoseok, Park Jimin, Kim Taehyung, Jeon Jungkook member BTS (*Bangtan Sonyeondan*), yang kehadirannya begitu berarti, dan pelukan hangat ditengah lelah yang tak selalu bisa dijelaskan. Di tengah perjuangan yang sering membuat penulis ingin menyerah, kalian hadir dengan lagu-lagu yang menenangkan, lirik yang menguatkan, dan keberanian untuk berkata: "*You'll Never Walk Alone*" Kalian juga mengajarkan penulis arti penting mencintai diri sendiri, untuk memeluk luka tanpa menyalahkan, dan berdamai dengan kekurangan tanpa merasa kurang. Karya dan ketulusan kalian telah menjadi tempat pulang ketika dunia terasa terlalu sunyi. Terima kasih telah menjadi alasan penulis untuk tetap bertahan, melangkah, dan menyelesaikan perjalanan ini. Tanpa sadar, kalian adalah bagian dari kekuatan yang membawa penulis sampai pada titik ini.
6. Terkhusus bias penulis Min Yoongi (Suga) BTS, terima kasih atas segala karya-karya, pemikiran, dan semangat pantang menyerah yang ditunjukkan telah menjadi inspirasi dan motivasi penulis yang tak ternilai harganya. Setiap lirik, setiap *performance*, serta setiap pesan yang menyuarakan

kekuatan untuk terus berjuang dan tidak mudah menyerah. Kehadirannya telah memberikan energi positif yang luar biasa, membantu penulis melewati berbagai rintangan, dan semakin semangat untuk terus melangkah maju hingga titik ini. Terima kasih sudah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari perjalanan penulisan skripsi ini, mengingatkan bahwa kerja keras dan ketekunan pasti akan membuahkan hasil.

7. Teruntuk teman-teman saya di Prodi Hubungan Internasional PPAPK Angkatan 2021. Terima kasih sudah menemani dan berjuang bersama selama menjalani masa-masa perkuliahan.

Sincerely,

Meilia Yasmin Harsyiana Zetty

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT, yang telah memberi penulis kasih sayang, rahmat, dan karunia yang tak terbatas. Semoga shalawat dan salam tercurah pada Nabi Muhammad, keluarga, sahabat, dan pengikutnya sampai akhir zaman. Alhamdulillah, atas segala rahmat dan pertolongan-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi berjudul "Upaya Korea Selatan Untuk Meningkatkan Jumlah Wisatawan Indonesia Melalui Kebijakan *Muslim Friendly Tourism* Tahun 2018-2019".

Penulis menyadari bahwa terdapat banyak pihak yang memberikan saran, bimbingan, motivasi, dan bantuan kepada penulis selama proses pengerjaan skripsi ini berlangsung. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih dengan tulus kepada:

1. Prof. Garuda Wiko, S.H., M.Si selaku Rektor Universitas Tanjungpura.
2. Dr. Herlan, S. Sos., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Tanjungpura.
3. Dr. Ira Patriani, S.IP., M.Si selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Tanjungpura.
4. Ori Fahriansyah, S.IP., M.Si, selaku ketua Program Studi Program Studi Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Tanjungpura.

5. Dewi Suratiningsih, S.IP., M.A. selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah banyak memberikan arahan, bimbingan, dan motivasi kepada penulis selama masa perkuliahan maupun dalam proses penyusunan skripsi ini.
6. Hardi Alunaza SD , S.IP, M.H.I selaku Dosen Pembimbing pendamping yang telah memberikan ilmu, arahan serta motivasi selama penyusunan skripsi ini.
7. Adibrata Iriansyah, S.IP., MA, Selaku Penguji Utama yang memberikan kritik, saran dan masukkan agar penulisan skripsi menjadi lebih baik.
8. Azzomarayosra Wicaksono, S.IP., MHI Selaku Penguji Pendamping yang telah memberi kritik, saran dan masukan agar penulisan skripsi menjadi lebih baik.
9. Usriami selaku Dewan Pembina dan Humas Rumaisa (Rumah Muslimah Indonesia di Korea Selatan) yang telah bersedia membantu penulis menjadi narasumber dalam mendukung proses penelitian skripsi ini.
10. Dimitria Jania yang telah bersedia menjadi narasumber dalam mendukung proses penelitian skripsi ini.
11. Pihak Pembantu Dekan, Bapak/Ibu Dosen Hubungan Internasional. Staf Tata Usaha dan Akademik di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Tanjungpura yang telah banyak memberikan dukungan selama masa perkuliahan penulis maupun dalam proses penyusunan skripsi ini.
12. Kedua Orang Tua dan keluarga saya yang selalu memberikan doa dan dukungan dalam menyusun skripsi ini.

13. Serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah memberikan bantuan dan dukungan dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, karena itu Penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari segala pihak. Penulis menyampaikan rasa terima kasih, semoga dengan adanya karya skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca.

Pontianak, 11 Juli 2025

Meilia Yasmin Harsyiana Zetty

NIM. E1112211001

DAFTAR ISI

halaman

HALAMAN JUDUL ..... **ii**
HALAMAN PERSETUJUAN ..... **iii**
HALAMAN PENGESAHAN ..... **iv**
ABSTRAK ..... **v**
ABSTRACT ..... ***vi***
RINGKASAN SKRIPSI ..... **viiii**
PERNYATAAN KEASLIAN ..... **x**
MOTTO DAN PERSEMBAHAN ..... **xi**
KATA PENGANTAR ..... **xiv**
DAFTAR ISI ..... **xviiii**
DAFTAR TABEL ..... **xvi**
DAFTAR BAGAN ..... **xxi**
DAFTAR GAMBAR ..... **xxiii**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xxivii**
DAFTAR SINGKATAN ..... **xxiv**
BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Identifikasi Masalah 11
1.3 Fokus Penelitian 11
1.4 Rumusan Masalah 11
1.5 Tujuan Penelitian 12
1.6 Manfaat Penelitian 12
1.6.1 Manfaat Teoritis 13
1.6.2 Manfaat Praktis 13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA **15**
2.1 Teori *Competitive Identity* 15
2.2 Hasil Penelitian Yang Relevan 17
2.3 Kerangka Pikir Penelitian 27
2.4 Pertanyaan Penelitian 28

BAB III METODE PENELITIAN 29
3.1 Jenis Penelitian 29
3.2 Langkah-Langkah Penelitian 30
3.3 Lokasi dan Waktu Penelitian 32
3.3.1 Lokasi 32
3.3.2 Waktu 32
3.4 Unit Analisa dan Unit Eksplanasi 33
3.4.1 Unit Analisa 33
3.4.2 Unit Eksplanasi 34
3.5 Teknik Pengumpulan Data 36
3.6 Instrumen Pengumpulan Data 37
3.7 Analisis Data 38
3.7.1 Keabsahan Data 38
3.7.2 Teknik Analisa Data 39
BAB IV GAMBARAN UMUM 41
4.1 Sejarah dan Perkembangan Muslim di Korea Selatan 41
4.1.1 Sejarah Muslim Korea Selatan 44
4.1.2 Perkembangan *Muslim Friendly* di Korea Selatan 46
4.2 Gambaran Umum Pariwisata Halal 50
4.3 Tren Kunjungan Wisatawan Indonesia ke Korea Selatan 53
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN 62
5.1 Pengembangan Sektor Pariwisata Korea Selatan dalam Menarik Wisatawan Indonesia melalui Kebijakan *Muslim Friendly Tourism* 62
5.2 Upaya Ekspor Merek Korea untuk Menjangkau Konsumen Muslim Indonesia melalui Labelisasi Halal 96
5.3 Upaya Pemerintah Korea Selatan dalam Mendukung Peningkatan Pariwisata Ramah Muslim 113
5.4 Investasi Indonesia dalam Pengembangan *Muslim Friendly Tourism* di Korea Selatan 127
5.5 Pemanfaatan Warisan Budaya dan *K-pop* sebagai Daya Tarik Wisata Budaya Bagi Wisatawan Muslim Indonesia 134
5.6 Upaya Masyarakat Muslim Korea Selatan dalam Bersosialisasi dan Memperkenalkan Islam kepada Masyarakat Lokal 142
BAB VI PENUTUP 151
6.1 Kesimpulan 151
6.2 Saran 152
6.3 Keterbatasan Penelitian 154

DAFTAR PUSTAKA.....156
LAMPIRAN 172

DAFTAR TABEL

Tabel *halaman*

1.1 Jumlah Wisatawan Muslim ke Korea Selatan 8

2.1. Persamaan, Perbedaan dan Kontribusi Penelitian 25

3.1. Waktu Penelitian.....33

3.2. Unit Analisa dan Unit Eksplanasi.....33

DAFTAR BAGAN

Bagan *halaman*

2.1 Segi Enam Identitas Kompetitif (*Competitive Identity)*..... 17

2.2 Kerangka Pikir Penelitian 27

DAFTAR GAMBAR

Gambar *halaman*

5.1 Korea Festival 2019 67
5.2 Restoran Busan Jib di Myeongdong 72
5.3 Masjid Besar di Korea Selatan 77
5.4 Kegiatan Berbuka Puasa Bersama di *Seoul Central Mosque* 82
5.5 Pemandian Tradisional (*Jjimjilbang*) Korea Selatan 89
5.6 Makanan Halal dan Tempat Ibadah di Korea Selatan 93
5.7 Produk Korea Yang Sudah Bersertifikat Halal 106
5.8 Pengembangan Buku Digital oleh *Korea Tourism Organization* untuk Wisatawan Muslim 113
5.9 *Opening Ceremony Korea Travel Fair* 2018 115
5.10 *Poster Halal Restaurant Week Korea 2018* 117
5.11 *Halal Restaurant Week Korea 2019* 119
5.12 Masjid Yang Berada di Korea Selatan 123
5.13 Restoran Berlogo Halal 124
5.14 Kategori Restoran Ramah Muslim dan Piktogram Informasi di Korea Selatan 125
5.15 Restoran Indonesia Yang Berada di Korea Selatan. 128
5.16 Makanan dan Minuman Indonesia Yang Dijual di Korea Selatan 129
5.17 Bumbu Masakan Indonesia Yang Dijual di Korea Selatan 132
5.18 Warisan Budaya Korea Selatan 134
5.19 Penggunaan Hanbok dengan Hijab sebagai Identitas Budaya dan Religi ... 137
5.20 Logo *Korea Muslim Federation* (KMF) 144
5.21 Logo *Muslim Friendly Korea Organization* 147

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran *halaman*

1. Pedoman Wawancara.....172

2. Dokumentasi Wawancara Daring (*Online*) Melalui Aplikasi *Whatsapp*, *Google Meet* dan Secara Langsung 176

3. Data Narasumber 179

4. Surat Tugas Penelitian 182

5. Daftar Riwayat Hidup.....188

DAFTAR SINGKATAN

aT Center : *Korea Agro-Trade Center* (pusat promosi produk pertanian Korea)

CICOT : *Central Islamic Council of Thailand*

CI : *Competitive Identity*

COMCEC : *Standing Committee for Economic and Commercial Cooperation of the Organization of Islamic Cooperation (OIC)*

EDM : *Electronic Dance Music*

ESMA : *Emirates Authority for Standardization and Metrology*

e-WOM : *Electronic word of mouth*

GMTI : *Global Muslim Travel Index*

HDC : *Hyundai Development Company*

HEI : Halal Expo Indonesia

HRWK : *Halal Restaurant Week Korea*

INDHEX : *Indonesia International Halal Expo*

KAB : *Korea Accreditation Board*

KCC : *Korean Cultural Center*

KCCI : *Korea Chamber of Commerce and Industry*

Kemenpar RI : Kementerian Pariwisata Republik Indonesia

KIHI : *Korea Institute of Halal Industry*

KITA : *Korea International Trade Association*

KOCCA : *Korea Creative Content Agency*

KHA : *Korea Halal Association*

KMF : *Korea Muslim Federation*

K-Drama : *Korean Drama*

K-Pop : *Korean Popular Music*

KTO : *Korea Tourism Organization*

LPPOM MUI : Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetika-Majelis Ulama Indonesia

MAFRA : *Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs* (Kementerian Pertanian, Pangan, dan Pedesaan Korea Selatan)

MFT : *Muslim Friendly Tourism*

MICE : *Meetings, Incentives, Conferences, and Exhibitions*

MOEA : *Ministry of Economic Affairs*

MUI : Majelis Ulama Indonesia

MUFKO : *Muslim-Friendly Korea Organization*

NBI : *Nation Brand Index*

OKI / OIC : *Organization of Islamic Cooperation* (Organisasi Kerja Sama Islam)

PBB / *UN* : Perserikatan Bangsa-Bangsa / *United Nations*

THAAD : *Terminal High Altitude Area Defense*

UNESCO : *United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization*

UNWTO : *United Nations World Tourism Organization*

UU JPH : Undang-Undang Jaminan Produk Halal

WTO : *World Trade Organization*

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata internasional mengacu pada perjalanan yang dilakukan oleh individu atau kelompok ke luar dari negara asal mereka untuk berbagai tujuan, seperti rekreasi, bisnis, pendidikan, atau keperluan lainnya. Berdasarkan definisi dari Organisasi Pariwisata Dunia (UNWTO, 2008), pariwisata internasional terbagi menjadi dua kategori, yaitu pariwisata masuk *(inbound tourism*) dan pariwisata keluar (*outbound tourism*). Pariwisata masuk mencakup kunjungan wisatawan asing ke suatu negara, sementara pariwisata keluar merujuk pada perjalanan penduduk suatu negara ke luar negeri.

William & Shaw (2011), Page (2012), serta Goeldner & Ritchie (2001) menjelaskan bahwa pariwisata global mencakup pertukaran budaya, ekonomi, dan ide dalam skala internasional. Aktivitas wisatawan di tempat tujuan tidak hanya sebatas perjalanan dan kunjungan, tetapi menjadi bagian penting dari pengalaman pariwisata global (John Tribe, 2016). Hal ini didukung oleh Telfer & Sharpley (2016), yang menegaskan bahwa wisatawan tidak sekadar datang, melihat, dan pergi, melainkan turut berpartisipasi dalam berbagai kegiatan di lokasi wisata. Selain itu, interaksi antara wisatawan dan penduduk lokal di destinasi wisata menjadi aspek krusial yang juga disoroti oleh Butler (2018) dan Timothy (2011).

Korea Selatan telah menjadi salah satu destinasi wisata paling diminati. Fenomena Gelombang Korea (*Korean Wave*), yang mencakup drama, film, dan musik, berperan besar dalam meningkatkan daya tarik negara ini bagi wisatawan. Selain itu, minat untuk menetap di Korea, baik di kalangan pelajar maupun pekerja migran, juga terus meningkat. Hal ini sejalan dengan lonjakan ekspor konten *Korean Wave*, yang berkontribusi pada pertumbuhan jumlah wisatawan internasional yang berkunjung ke Korea. Istilah *Hallyu* pertama kali diperkenalkan oleh media massa Tiongkok, *Qingnianbao* pada tahun 1999 untuk menggambarkan pesatnya popularitas industri hiburan Korea yang berkembang di negara tersebut (Joang, 2005).

Gelombang Korea (*Korean Wave*) awalnya berkembang di Asia Timur dan Asia Tenggara sebelum akhirnya menjadi fenomena global. Perkembangannya berlangsung dalam beberapa tahap dengan variasi bentuk sesuai dengan jenis produk dan periodenya (Jin, 2012). Pada tahap pertama, drama Korean menjadi produk utama yang diperkenalkan melalui siaran televisi dan CD (Ardia, 2014). Selanjutnya, pada tahap kedua, industri musik dan *K-pop* menjadi representasi utama dari *Korean Wave* (Jin, 2012). Memasuki tahap ketiga dan keempat, pengaruh budaya Korea meluas tidak hanya dalam sektor hiburan seperti *K-drama* dan *K-pop*, tetapi juga dalam aspek budaya lainnya, termasuk *K-culture*, gaya hidup, dan *K-style* (Bokrae, 2015).

Korea Selatan merupakan salah satu negara yang memperhatikan tren pariwisata halal (Ryan, 2016). Untuk mempromosikan pariwisata halal domestik, Korea Selatan meluncurkan kebijakan "*Muslim Friendly Korea*" untuk menarik

lebih banyak wisatawan Muslim ke negara tersebut. Pemerintah Korea berpartisipasi aktif dalam mengembangkan pariwisata halal. Hongdae, Itaewon, Cheongdam, dan Gangnam merupakan beberapa kawasan yang dikenal sebagai destinasi wisata muslim. Di wilayah tersebut, banyak bermunculan restoran bersertifikat halal, dan pusat perbelanjaan yang memiliki tempat ibadah sehingga memudahkan wisatawan untuk berkunjung (Kompas, 2017).

Kunjungan Presiden Park Geun-hye ke UEA pada bulan Maret 2015 telah membawa hasil ekonomi yang signifikan sejak penandatanganan nota kesepahaman dengan para mitra. Mengingat pesatnya pertumbuhan pasar makanan halal, pemerintah Korea dan para pemangku kepentingan berfokus pada kebijakan persaingan dan aspek industri. Tujuan dari inisiatif ini adalah untuk memperluas hubungan dengan UEA sebagai mitra strategis dan memperkuat hubungan di pasar makanan halal dengan negara-negara lain yang berpenduduk Muslim guna mengembangkan produk Korea, termasuk Indonesia, Malaysia, Thailand dan banyak negara lainnya (Muhammad, 2024).

Korea Selatan juga bekerja sama dengan “lembaga sertifikasi ekspor pemerintah” pihak ketiga untuk mengembangkan dan mensertifikasi sektor makanan halal. Selain itu, Federasi Muslim Korea (KMF) dan Asosiasi Halal Korea (KHA) memiliki kewenangan untuk memberi label pada produk “Halal” (Deniar & Effendi, 2019). Upaya ini dilakukan untuk penetrasi pasar halal dan memenuhi kebutuhan konsumen muslim yang berorientasi syariah.

Korea Selatan tampaknya menyadari kekurangan negaranya dan berharap dapat mendorong pariwisata halal. Untuk mencapai tujuan ini, pemerintah bekerja

sama dengan Organisasi Perjalanan Korea (KTO), Federasi Muslim Korea (KMF), dan Asosiasi Halal Korea (KHA). Untuk menarik wisatawan muslim ke Korea, KTO secara khusus berkonsentrasi pada pengembangan kebijakan "*Muslim Friendly Korea*" sejak tahun 2016 (KTO, 2016). Korea Selatan menggunakan berbagai upaya untuk mendorong pariwisata halal. Pemasaran pariwisata halal terdiri dari empat P: produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), dan promosi (*promotion*). Korea Selatan bekerja sama dengan Federasi Islam Korea (KMF) untuk mengembangkan industri makanan halal di pasar global (Riyanti, 2017).

Upaya pemerintah Korea Selatan dalam meningkatkan jumlah wisatawan muslim mencakup pembentukan lembaga sertifikasi halal, pengembangan atraksi wisata, pendirian restoran dan lembaga keagamaan, serta peningkatan transportasi dan pariwisata. Panduan bagi hotel dalam memberikan informasi pariwisata (Zainur Fitri, 2017). Masakan halal dan wisata kuliner dipromosikan melalui Internet. Dewan Pariwisata Nasional Jepang, Korea Selatan, dan Thailand sedang mengembangkan kebijakan tersebut untuk menjadikan negara tersebut sebagai tujuan wisata populer bagi umat Islam dengan memperkenalkan dan mempromosikan makanan halal yang lezat, budaya makanan, dan layanan restoran. Namun berbeda dengan Tiongkok yang menganggap tema religi sebagai tema etnik dalam strategi wisata kulinernya (Yousaf dan Xiucheng, 2018). Di Thailand, sertifikasi Halal sepenuhnya dikelola oleh *Central Islamic Council of Thailand* (CICOT). Sertifikasi produk halal sangat dapat membantu perekonomian suatu negara, khususnya dalam mengekspor produk pangan dan menarik wisatawan ke berbagai negara Islam (Aminuddin, 2016). Meskipun Singapura bukan negara

Muslim, namun Singapura merupakan negara ramah Muslim dan umat Islam memberikan dampak positif terhadap peningkatan pariwisata dari Indonesia yang secara tidak langsung berdampak pada devisa negara tersebut (Francisca, 2016).

Secara khusus, pemahaman masyarakat Korea mengenai pariwisata halal sangat terbatas. Oleh karena itu, produk dan layanan perhotelan dan pariwisata yang ramah halal masih belum memadai bagi wisatawan Muslim yang berkunjung ke Korea Selatan. Bagi wisatawan muslim, terdapat sedikit pedoman mengenai hotel, restoran, dan pusat perbelanjaan yang dikunjungi wisatawan asing. Kekurangan pelayanan akibat kurangnya pemahaman terhadap keyakinan agama wisatawan muslim tersebar luas (Abdul, 2021). Dengan meningkatnya jumlah wisatawan Muslim, lingkungan pariwisata Korea Selatan tidak cukup ramah halal, dan para pembuat kebijakan sedang mempertimbangkan untuk mengubah karakteristik destinasi non-Muslim untuk memenuhi kebutuhan pasar yang berharga ini (Ulfah & Mochammad, 2022).

Muslim merupakan minoritas di Korea Selatan, namun bukan berarti mereka tidak memiliki tempat ibadah. Menurut Oh Hyun-jae, direktur Organisasi Pariwisata Korea (KTO), sudah ada beberapa masjid di Korea Selatan. Masjid-masjid yang disebutkannya antara lain Masjid Pusat Seoul, Masjid Busan, Masjid Gwangju, Masjid Jeonju, Masjid Anyang, Masjid Bupyeong, dan Masjid Paju. Operasi di berbagai masjid dilakukan oleh komunitas Muslim yang tinggal di sana. Kebanyakan dari mereka adalah pendatang dari Bangladesh, Pakistan, dan Indonesia (Novyanti, 2015).

Mayoritas warga Korea (56,1% menurut sensus 2015) tidak menganut agama tertentu. Selebihnya terdiri dari penganut Konghucu, Buddha Gento, Tendo-kyo, Daizen Shinrikai, Daisukyo, dan Teizenkyo, serta terbagi menjadi komunitas agama Protestan (19,7% orang), Budha (15,5% orang), dan Katolik (7,9% orang) dari total populasi. Sisanya 0,8 adalah pemeluk agama lain (Layanan Informasi Statistik Korea, 2015). Namun, jumlah pemeluk Islam di Korea Selatan hanya sekitar 0,2% orang, sehingga menjadikan umat Islam sebagai minoritas di negara tersebut (Diaconu dan Tacet, 2017).

Korea Selatan memiliki 135 restoran yang bertujuan untuk menjadi negara yang ramah dan responsif (Kompas, 2017). Situs web restoran menyatakan, "Restoran ini menyajikan makanan laut, vegetarian, dan hidangan yang dibuat dengan bahan-bahan lain yang juga dapat dinikmati umat Islam (Arirang, 2015). Sebagian besar restoran ini dikelola secara langsung oleh orang Pakistan.

Untuk memastikan bahwa wisatawan Muslim dapat makan dengan tenang di Korea Selatan, KTO (t.t.) sendiri membuat empat kategori restoran yang ramah Muslim. Kategori-kategori ini terdiri dari restoran yang memenuhi standar ketat. (1) Sertifikasi halal: KMF secara langsung menyetujui standar sertifikasi halal dan penggunaan daging babi di restoran ini. (2) Bersertifikasi mandiri. Pemiliknya juga beragama Islam, sehingga semua hidangan yang disajikan di restoran ini Halal. Restoran ini biasanya disebut "Halal", "Masakan Muslim", atau "Restoran Muslim", meskipun tidak memiliki sertifikat halal dari KMF (3) Yang ramah Muslim. Restoran dalam kategori ini tetap menyediakan makanan halal dan alkohol. (4) Tidak ada daging babi yang digunakan. Meskipun restoran tidak

menyediakan makanan halal, beberapa menu tidak mengandung daging babi. Namun, mereka mungkin tetap menjual alkohol.

Pemerintah telah mengadakan acara terkait promosi halal, yang dikenal sebagai Pekan Restoran Halal. Mungkin diperlukan waktu Agustus hingga September untuk mempromosikan restoran. Mereka beragama Islam dan ramah terhadap wisatawan dari seluruh dunia. Dengan lebih dari 130 restoran, tempat ini adalah tempat yang bagus untuk mencicipi masakan Korea halal serta masakan dari negara lain seperti Turki, Tiongkok, dan Italia. Selama sekitar enam puluh hari, Korea Selatan telah menerapkan kebijakan yang mendukung Muslim (KTO t.t.). Acara ini juga menarik karena kupon diskon yang menawarkan berbagai keuntungan. Tiga belas perusahaan dan merek di antara promosi ini menawarkan program dan aktivitas untuk wisatawan. Dengan menyewa hanbok, kostum tradisional Korea, dan mengunjungi kelas parfum, kosmetik, rambut, dan bahkan galeri dan pertunjukan (Ahmed, 2017).

Menurut pemimpin Kim Sung-jin pemerintah Korea telah mendirikan pusat informasi di Cheonggyecheon-ro, Jung-gu, Seoul yang berfungsi sebagai kantor resmi Organisasi Pariwisata Korea. Perusahaan juga menyediakan pelatihan khusus untuk industri yang terkait. Agar pemandu wisata mendapat pelatihan secara berkala, maka harus diadakan kursus pelatihan. Ada peningkatan pemahaman tentang wisatawan Muslim. Wakil manajer umum tim perusahaan Asia Timur Tengah Kim Mun-jun berpendapat Karena wisatawan Muslim sekitar seperempat dari populasi dunia, banyak negara berusaha menarik wisatawan Muslim ke Korea

Selatan, menghabiskan banyak uang untuk perjalanan medis dan belanja (Arirang 2015).

Indonesia merupakan salah satu pasar utama pariwisata Korea. Indonesia masuk dalam 5 besar negara Asia Tenggara yang paling banyak menarik wisatawan ke Korea. Menurut KTO, sejak tahun 2008, ketika *Korean wave* khususnya *K-pop* dimulai, wisatawan Indonesia semakin tertarik dengan Korea (Muchtar, 2018). Selain itu, Indonesia saat ini merupakan negara Asia Tenggara, pasar yang menarik investor dari Korea, Jepang, dan Tiongkok (Medcom.id, 2017). Pada tahun 2016, Korea Selatan merupakan mitra dagang terbesar keenam Indonesia dan negara penanaman modal asing terbesar kesembilan (Hidriyah, 2017). Korea dan Indonesia memiliki hubungan ekonomi yang baik, sehingga akan lebih mudah bagi Korea untuk mempromosikan pariwisata.

Tabel 1.1 Jumlah Wisatawan Muslim ke Korea Selatan

Tahun	Jumlah Wisatawan Muslim Indonesia ke Korea selatan
2015	770 ribu
2016	980 ribu
2017	860 ribu
2018	971 ribu
2019	1 juta

Sumber: Nola Hilwa Husnul Khotimah, 2023

Pada tahun 2017, sektor pariwisata Korea Selatan mengalami kemerosotan yang cukup besar, dengan jumlah wisatawan asing berkurang 22% dibandingkan tahun sebelumnya. Penurunan ini dipicu oleh keputusan Korea Selatan untuk bekerja sama dengan Amerika Serikat dalam pembangunan sistem pertahanan rudal

Terminal High Altitude Area Defense (THAAD) pada Juli 2016. Kebijakan tersebut berdampak negatif terhadap industri pariwisata, termasuk berkurangnya jumlah wisatawan Muslim yang berkunjung ke Korea Selatan.

Pertumbuhan wisatawan Muslim turut berkontribusi terhadap peningkatan peringkat Korea Selatan dalam *Global Muslim Travel Index* (GMTI) yang disusun oleh *Master Card-Crescent Rating*. GMTI berfungsi sebagai acuan dalam menilai suatu negara sebagai destinasi wisata ramah Muslim. Korea Selatan sendiri pernah berada di peringkat ke-55 pada GMTI tahun 2015, kemudian naik ke peringkat ke-54 pada tahun 2016.

Pariwisata halal sangat penting di Indonesia, yang memiliki populasi Muslim terbesar di Asia. Dalam hal ini, hotel yang menganut prinsip syariah tidak menyajikan minuman beralkohol serta memiliki kolam renang dan fasilitas spa terpisah untuk pria dan wanita (Fendy, 2022). Peluncuran Wisata Syariah ini bertepatan dengan Indonesia Halal Expo (Indhex) 2013 dan Global Halal Forum yang diselenggarakan pada tanggal 30 Oktober hingga 2 November 2013 (Amalia, 2019).

Wisatawan Muslim Indonesia sering merasa ragu karena adanya kekhawatiran terkait kurangnya fasilitas yang mendukung kebutuhan mereka, seperti ketersediaan makanan halal, tempat ibadah yang layak, dan layanan yang sesuai dengan nilai-nilai Islam. Dengan kata lain, umat Islam dapat memanfaatkan barang dan jasa yang dianggap halal karena telah memenuhi semua persyaratan yang ditetapkan oleh hukum Islam. Menurut Samouri, Saleh, dan Khalid (2016), umat Islam cenderung lebih selektif dalam membeli barang dan jasa yang tidak bersifat

esensial. Sikap ini tidak hanya diterapkan dalam kehidupan sehari-hari, tetapi juga saat waktu luang atau bepergian, sesuai dengan aturan syariat. Pertumbuhan populasi Muslim secara global turut mendorong berkembangnya pariwisata halal, sehingga berbagai destinasi wisata berlomba untuk menawarkan solusi yang sesuai guna memenuhi kebutuhan umat Islam (Bator dan Ismail, 2016).

Inovasi pariwisata terbaru diharapkan dapat menarik wisatawan muslim dan non-muslim, meskipun akan membutuhkan waktu. Wisata halal juga membutuhkan perhatian khusus karena persyaratan yang mendukungnya berkaitan dengan syariat Islam dan harus dipatuhi. Meski demikian, bukan berarti antusiasme negara-negara yang mulai memperkenalkan wisata halal akan berkurang. Lebih khusus lagi, negara-negara tersebut semakin meningkatkan upaya untuk mengembangkan pariwisata halal (Paelani & Heri. 2021).

Sebagai negara dengan mayoritas penduduk non-Muslim, Korea Selatan telah menunjukkan komitmennya untuk memenuhi kebutuhan wisatawan Muslim melalui kebijakan *Muslim-Friendly Tourism,* hal ini membuat penulis tertarik untuk melakukan penelitian. Dengan pendekatan analisis data kualitatif, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi upaya yang diterapkan Korea Selatan dalam menarik wisatawan Indonesia, melalui kebijakan *Muslim Friendly Tourism*. Selain itu, topik ini dianggap menarik karena mencerminkan bagaimana sebuah negara non-Muslim dapat membangun citra positif sebagai destinasi wisata ramah Muslim, sesuai dengan tren global dalam sektor pariwisata.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti dapat mengidentifikasikan masalah dalam penelitian ini antara lain:

1. Pemahaman masyarakat Korea mengenai pariwisata halal sangat terbatas. Produk, layanan perhotelan dan pariwisata yang ramah halal masih belum memadai bagi wisatawan Muslim yang berkunjung ke Korea Selatan.
2. Umat Muslim di Korea Selatan merupakan kelompok minoritas dengan jumlah yang sangat kecil dibandingkan dengan pemeluk agama mayoritas lainnya.
3. Wisatawan muslim Indonesia sering kali merasakan kekhawatiran akan terbatasnya fasilitas yang mampu mengakomodasi kebutuhan mereka.

1.3 Fokus Penelitian

Fokus masalah yang diteliti oleh penulis dalam penelitian ini adalah upaya yang dilakukan oleh Korea Selatan dalam menarik minat wisatawan Muslim Indonesia, terutama yang berasal dari Indonesia pada periode 2018 hingga 2019.

1.4 Rumusan Masalah

Dalam penelitian ini penulis telah menetapkan sebuah rumusan masalah yaitu "bagaimana upaya Korea Selatan untuk meningkatkan jumlah wisatawan Indonesia melalui kebijakan *Muslim Friendly Tourism* tahun 2018-2019?".

1.5 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana upaya yang diambil oleh Korea Selatan guna menjadikan negaranya lebih ramah terhadap wisatawan Muslim, khususnya dari Indonesia dalam menerapkan kebijakan *Muslim Friendly Tourism* terhadap pariwisata halal Korea pada periode 2018 hingga 2019.

Pada periode 2018 hingga 2019, Korea Selatan secara signifikan meningkatkan perhatian terhadap kebijakan *muslim friendly tourism* (MFT) sebagai bagian dari upaya nasional untuk menarik lebih banyak wisatawan Muslim, terutama dari Indonesia. Periode ini menandai awal pelaksanaan kebijakan baru dan promosi yang lebih intensif oleh *Korean Tourism Organisation* (KTO). Kebijakan *muslim friendly tourism* telah memberikan dasar yang kuat bagi perkembangan pariwisata halal di Korea Selatan hingga saat ini. Inisiatif ini telah meningkatkan kesadaran akan pentingnya penyediaan fasilitas yang ramah Muslim di berbagai sektor pariwisata, seperti hotel, restoran, dan tempat wisata. Selain itu, kebijakan ini juga telah memperluas cakupan pasar pariwisata Korea Selatan, menjadikannya lebih inklusif dan menarik bagi wisatawan Muslim. Sampai sekarang, kebijakan ini terus berperan dalam meningkatkan jumlah wisatawan Muslim yang berkunjung ke Korea Selatan dan memperkuat hubungan bilateral antara negara tersebut dan negara-negara mayoritas Muslim, seperti Indonesia.

1.6 Manfaat Penelitian

Menurut Sugiyono (2017), manfaat penelitian merujuk pada hasil yang dapat dicapai dari suatu penelitian, baik dalam aspek teoritis maupun praktis. Manfaat

teoritis berhubungan dengan sumbangan penelitian terhadap perkembangan ilmu pengetahuan, sedangkan manfaat praktis berkaitan dengan pengaruh penelitian terhadap kebijakan atau penerapannya dalam kehidupan sehari-hari.

1.6.1 Manfaat Teoritis

- Penelitian ini menambah wawasan mengenai teori *Competitive Identity* dari Simon Anholt (2007) terkait pariwisata Islam. Ini akan membantu untuk lebih memahami bagaimana negara-negara mayoritas non-Muslim, seperti Korea Selatan, dapat mengimplementasikan kebijakan pariwisata ramah Muslim (MFT) guna menarik wisatawan Muslim.
- Memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu pengetahuan dalam bidang Hubungan Internasional di Universitas Tanjungpura, khususnya terkait dengan *Competitive Identity* dapat meningkatkan jumlah wisatawan Indonesia.

1.6.2 Manfaat Praktis

1. Dapat dijadikan dasar untuk evaluasi bagi pemerintah Korea Selatan dalam merancang kebijakan yang lebih optimal guna mendukung pariwisata yang ramah bagi wisatawan Muslim Indonesia. Kebijakan yang dirancang dengan baik berpotensi menarik lebih banyak wisatawan dari negara-negara dengan mayoritas Muslim, sehingga dapat meningkatkan pendapatan sektor pariwisata sekaligus memperkuat hubungan bilateral antarnegara.

2. Bermanfaat sebagai acuan untuk penelitian selanjutnya dalam mengeksplorasi kebijakan pariwisata ramah Muslim.